

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perjalanan waktu internet berkembang dengan teknologi yang lebih canggih menghasilkan munculnya inovasi-inovasi di dalam dunia digital. Dalam hal ini munculnya beragam inovasi memberikan efek yang dapat dirasakan oleh pengguna internet yaitu kemudahan dalam berkomunikasi, mencari hiburan, serta mendapatkan informasi. Setiap inovasi yang ada diciptakan dengan tujuan untuk memberikan manfaat positif bagi keberlangsungan hidup manusia (Fauziah & Rina, 2020). Salah satu bentuk inovasi dalam dunia berjejaring yaitu kemudahan dalam mengakses sebuah informasi tanpa adanya batas ruang dan waktu menghadirkan banyak hal baru terkait dengan perkembangan teknologi yang mempengaruhi perkembangan media pula. Tidak heran jika pada saat ini banyak media baru bermunculan, salah satunya adalah media sosial dengan fitur-fiturnya yang bermanfaat dan dapat membantu para penggunanya di kehidupan sehari-hari. Perkembangan yang sangat pesat dialami oleh media sosial, munculnya beragam jenis aplikasi media sosial mulai bermunculan, seperti Instagram, Twitter, Tiktok, Facebook dan aplikasi media sosial lainnya. Beragam informasi tersaji di dalam media sosial, salah satunya adalah informasi mengenai lowongan pekerjaan. Informasi ini disebarakan dengan tujuan untuk menarik dan memberi tahu para pencari kerja bahwa terdapat lowongan pekerjaan di perusahaan tertentu yang sedang membutuhkan tenaga kerja baru atau tambahan.

Namun sebelum maraknya media sosial digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai lowongan pekerjaan, media sudah lebih dulu ramai keberadaannya yaitu situs website. Salah satu perusahaan yang sudah cukup lama berdiri dan menyediakan jasa serta informasi mengenai lowongan pekerjaan dalam bentuk website adalah *JobStreet*. Menurut Widianoro (2018) *JobStreet* merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan suatu jasa dan informasi mengenai lowongan pekerjaan terkemuka yang ada di Asia. Didirikan di Malaysia pada tahun 1997, perusahaan ini diakui sebagai salah satu situs rekrutmen lowongan kerja paling terpercaya. Perusahaan bertindak sebagai fasilitator

pencarian kerja dan komunikasi antara pencari kerja dan pemberi kerja di Malaysia, Singapura, Filipina, Vietnam, dan Indonesia (Yuhana, 2019).

Kedua media yang pernah digunakan tersebut tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Media sosial penyedia informasi memiliki kelebihan yaitu memberi kemudahan bagi manusia berkomunikasi, mencari suatu informasi dan bersosialisasi, serta dapat mengundang siapapun yang memiliki ketertarikan atas suatu informasi untuk berpartisipasi, memberikan feedback dan membagikan beragam informasi dalam waktu cepat dan tidak terbatas (Erfianah, 2022). Adapun kekurangannya yaitu rentannya penyalahgunaan media sosial sebagai tindak kejahatan karena masih banyak terdapat informasi palsu yang diberikan (Isnaini, 2022). Sedangkan, situs website sebagai media penyebaran informasi lowongan kerja khususnya *JobStreet* memiliki kelebihan yaitu lowongan pekerjaan yang diinginkan dapat diseleksi berdasarkan jenis pekerjaan, lokasi, perusahaan dan pendapatan serta terhubung dengan koneksi dari beberapa negara (Widiantoro, 2018). Kekurangan yang dimiliki *JobStreet* ialah terdapat salah satu fitur yang bisa saja disalahgunakan dan memberikan review buruk pada suatu perusahaan sehingga dapat berdampak cara pandang pencari kerja kepada perusahaan terkait (Pranoto, 2023).

Media sosial dikatakan layak menjadi salah satu pilihan seseorang untuk menyebarkan informasi lowongan pekerjaan menurut Kandidat.id (2022) karena disebabkan beberapa faktor seperti, termasuk komunitas dengan kapasitas besar (tempat berkumpulnya banyak orang dari berbagai kalangan), media gratis (memasang iklan lowongan dengan biaya rendah atau bahkan gratis), menjangkau kandidat pasif (bukan merupakan pencari kerja, tetapi memiliki kualifikasi yang memadai), memudahkan evaluasi efektivitas iklan lowongan kerja (berupa *feedback*), hemat waktu (Informasi menyebar dalam waktu singkat hingga ke pelosok), dapat memperkenalkan budaya kerja perusahaan (gambaran melalui serangkaian konten di media sosial) dan memudahkan seleksi (keseharian yang ditampilkan kandidat dalam akun media sosial pribadi).

Saat ini banyak media informasi mengenai lowongan pekerjaan yang tersedia pada media sosial yang didalamnya memuat tentang perekrutan pegawai baru, dan terdapat juga informasi untuk pekerja paruh waktu atau *freelance* yang

disebarkan oleh suatu perusahaan (Syafii et al, 2016). Perusahaan yang menyebarkan informasi tersebut memanfaatkan media sosial untuk menjadi media dalam penyebaran informasi yang mereka sebarkan untuk membantu juga perusahaannya mendapatkan tenaga kerja tambahan. Perusahaan yang sedang menyebarkan informasi mengenai lowongan pekerjaan membuat sebuah poster infografis tentang perekrutan pegawai yang menampilkan deskripsi pekerjaan dan syarat pekerjaan bagi para pencari kerja baru. Poster tersebut disebar pada akun media sosial tertentu yang biasanya menyediakan beragam informasi mengenai lowongan pekerjaan dari berbagai perusahaan. Menurut Syafii (2016) dalam poster tersebut dicantumkan syarat pencari kerja diharuskan untuk mengirimkan data diri atau CV (*curriculum vitae*) ke email perusahaan ataupun datang langsung ke kantor perusahaan yang bersangkutan untuk mengirimkan surat lamaran kerja.

Dengan media informasi lowongan pekerjaan, para pencari kerja mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan yang tersedia pada *platform* media sosial. Berhubungan dengan hal ini para pencari kerja di Kota Madiun memanfaatkan hal tersebut untuk mendapatkan media informasi lowongan pekerjaan yang bertujuan untuk membawa para pencari pekerja di Kota Madiun ini mendapatkan informasi mengenai suatu perusahaan yang sedang membuka sesi perekrutan pegawai. Dilansir pada laman [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) (2023) bahwa Edy Mahmud (Deputi Bidang Neraca dan Analisis Statistik BPS) mengatakan jika tingkat pengangguran di Indonesia mengalami pada penurunan pada 2023 dari data tahun 2022 yang sebesar 5,86% atau sebanyak 8.42 juta orang. Hal ini menyatakan bahwa terdapat pertumbuhan ekonomi yang memberikan dampak positif kepada tingkat pengangguran di Indonesia. Dapat terlihat juga pada tingkat pengangguran yang terdapat pada Kota Madiun yang juga mengalami penurunan angka pengangguran yang tercatat pada Badan Pusan Statistika (BPS) Kota Madiun tahun 2021 sebesar 8,15% dan sementara pada tahun 2022 turun menjadi 6,39%.

**Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Kota Madiun**

Wilayah	TPT (Tingkat Pengangguran Terbuka)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-laki + Perempuan		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Kota Madiun	9,86	9,82	9,85	6,45	6,22	2,30	8,32	8,15	6,39

*Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Kota Madiun 1*

Sumber: [madiunkota.bps.go.id](http://madiunkota.bps.go.id) (2023)

Dari tabel 1.1 diatas juga dapat dilihat bahwa tingkat pengangguran di Kota Madiun dari tahun 2020 menuju 2022 sudah mengalami penurunan. Namun, pengangguran tersebut masih didominasi oleh laki-laki dan pada kategori pengangguran jenis kelamin laki-laki juga terdapat peningkatan pada tahun 2022 menjadi 9,85%, akan tetapi jika dilihat dari keseluruhannya tetap terjadi penurunan angka pengangguran pada Kota Madiun. Untuk membantu dalam upaya lebih menurunkan angka pengangguran sangat memungkinkan masyarakat dengan tingkat pengangguran tertinggi ataupun terendah untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu menggunakan media sosial dalam mencari informasi lowongan kerja agar dapat menurunkan kembali angka pengangguran di tahun berikutnya.

Oleh karena itu, munculnya permasalahan dalam penelitian ini tentang media informasi yang memuat tentang lowongan pekerjaan untuk para pencari kerja di Kota Madiun dengan menggunakan media sosial. Jumlah pengangguran pada Kota Madiun ini mempunyai empat kemungkinan yang mendasarinya berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh BPS Kota Madiun yaitu para pencari kerja, orang yang mempersiapkan diri untuk berwirausaha yang merasa tidak mungkin mendapatkan pekerjaan, dan orang yang sudah memiliki pekerjaan. tapi belum mulai bekerja. Dan dalam penelitian ini peneliti memilih salah satu kemungkinan yang ada pada jumlah pengangguran di Kota Madiun yaitu para pencari kerja yang sedang mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan dengan menggunakan media sosial. Peneliti memberikan batasan dalam penelitian

ini hanya di Kota Madiun agar hasil yang diperoleh lebih terkendali dan relevan dengan apa yang ingin dibuktikan oleh peneliti.

Penurunan upaya angka pengangguran dalam penelitian ini dihubungkan dengan memanfaatkan teknologi yang ada di sekitar masyarakat saat ini, yang salah satunya adalah penggunaan media sosial. Dapat diketahui bahwa generasi Z merupakan generasi yang tumbuh pada masa perkembangan teknologi. Menurut Firamadhina (2020) akses internet yang digunakan melalui telepon seluler seiring jalannya di era globalisasi pada generasi Z membuat generasi ini menjadi generasi yang dependen terhadap penggunaan akses internet. Melihat fenomena bahwa generasi Z adalah generasi yang saat ini mengalami penambahan usia dan mulai memasuki dunia kerja (Rachmawati, 2019). Hal ini pula dialami oleh generasi Z di Kota Madiun yang kebanyakan dari mereka diketahui sudah lulus dari jenjang pendidikan SMA, SMK, maupun pendidikan tinggi yang membuat mereka memiliki pilihan untuk mencari media informasi yang memuat tentang lowongan pekerjaan untuk mereka jadikan preferensi tempat kerja. Menurut penelitian Stillman (Haryanto, 2019) bahwa generasi Z merupakan generasi kerja terbaru yang lahir pada tahun 1995-2012. Dalam penelitian ini dapat diketahui didapatkan berdasarkan hasil proyeksi penduduk interim pada BPS kota madiun tahun 2022 diketahui jumlah penduduk Kota madiun terdapat 196.917 jiwa. Dan berdasarkan jumlah penduduk Kota Madiun juga dapat diketahui terdapat jumlah generasi Z (1995-2012) kurang lebih sebanyak 57.496 jiwa.

Dalam upaya untuk mencari suatu pekerjaan, salah satunya adalah memilih suatu media informasi dengan menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan. Sehubungan dengan hal ini faktor mereka memilih media informasi dengan menggunakan media sosial yang otomatis membutuhkan internet adalah karena para generasi Z sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi. Menurut Rachmawati (2019) bahwa generasi Z memiliki ekspetasi yang tinggi terhadap kecanggihan teknologi di dalam kehidupannya. Sehingga dengan pernyataan tersebut mereka lebih nyaman dan terbiasa mencari informasi dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan menggunakan media sosial.

Terdapat keunikan tersendiri yang dimiliki oleh generasi Z yang menjadikan generasi tersebut banyak dibutuhkan oleh perusahaan, khususnya perusahaan start-up. Menurut Rachmawati (2019) generasi Z memiliki cara berkomunikasi tersendiri dan media sosial yang informal atau lebih terbuka dengan banyak hal, individual atau lebih tertarik bekerja sendiri dibandingkan berkelompok. Pertama, terbuka dengan banyak hal merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki oleh generasi Z ketika berada di dunia kerja karena memiliki niat dan keingintahuan untuk mencari banyak pengetahuan dan wawasan yang belum dikuasai. Kedua, lebih tertarik untuk bekerja sendiri dibandingkan kelompok. Hal tersebut terjadi bukan tanpa alasan, karena ketika bekerja secara bersama-sama akan cenderung menimbulkan konflik yang besar antar karyawan karena terhambat oleh satu kepentingan dan hal lainnya yang menyebabkan pekerjaan tidak akan selesai dengan maksimal. Sedangkan menurut Joseph Coombs (Rachmawati, 2019) generasi Z memiliki identitas tersendiri yaitu adalah teknologi yang menjadi bagian dari diri mereka. Hal ini membuat generasi Z adalah generasi yang ketergantungan terhadap teknologi. Kemudian terdapat perbedaan generasi Z dengan generasi millennials adalah penguasaan informasi dan teknologi. Generasi ini menganggap bahwa informasi dan teknologi merupakan suatu hal yang menjadi bagian dari kehidupannya, dikarenakan mereka lahir pada di mana akses terhadap informasi, khususnya perkembangan teknologi yaitu internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut memberikan pengaruh bagi kehidupan mereka yaitu cara pandang dan tujuan hidup (Putra, 2017). Oleh karena itu generasi Z lebih memilih untuk mencari sebuah informasi, salah satunya adalah informasi lowongan pekerjaan pada media sosial dikarenakan pengaruh teknologi yang tinggi menjadikan generasi ini bergantung pada internet.

Untuk dilakukannya penelitian ini, maka diperlukannya penelitian terdahulu. Terdapat penelitian yang dianggap relevan dan memperkuat penelitian ini, yaitu dalam Burhanuddin (2015) yang memuat mengenai pengaruh media sosial Twitter @LowkerPKU terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lowongan kerja bagi followers. Secara garis besar di dalam penelitian tersebut, mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang diberikan oleh akun @LowkerPKU dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan bagi

followers sebesar 46,5%. Dan terdapat penelitian yang dilakukan oleh Andiny (2018) yang membahas tentang keefektifitasan akun komunitas Instagram @1000\_guru\_bdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi mengenai pendidikan di Indonesia, menghasilkan bahwa variabel efektivitas akun komunitas Instagram @1000\_guru\_bdg memberikan pengaruh sebesar 79,3% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapatnya pengaruh dari penggunaan media sosial terkait dengan pemenuhan kebutuhan informasi khalayak pengguna media sosial, dan terbukti bahwa dengan menggunakan media sosial sebagai media informasi dapat memenuhi kebutuhan informasi akan penggunanya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan sudut pandang yang berbeda yaitu melihat dari secara general dari banyaknya pilihan media sosial. Tentunya terdapat beragam penelitian yang membahas mengenai efektivitas media sosial sebagai media informasi khususnya lowongan pekerjaan, namun terdapat satu faktor yang menjadikan penelitian ini berbeda atau memiliki kebaruan yaitu media sosial yang diteliti lebih dari satu. Beberapa media sosial tersebut adalah Media Jejaring Sosial (Instagram, Facebook, LinkedIn), Jurnal Online (wordpress atau blogspot), serta Microblog (Twitter). Hal ini dilakukan peneliti agar menghasilkan sebuah penelitian dengan sudut pandang yang beragam dari beberapa media sosial. Media sosial ini dipilih karena termasuk ke dalam media yang menyediakan berbagai informasi, salah satunya informasi lowongan pekerjaan.

Sudut pandang pada penelitian ini pun juga berbeda dilihat dari pengguna media sosial pada penelitian ini adalah generasi Z pencari kerja di Kota Madiun. Serta variabel yang disesuaikan dengan tujuan dalam menggunakan media sosial pada pencari kerja yaitu untuk memperoleh informasi mengenai lowongan pekerjaan. Efektivitas dalam penelitian ini dilihat dari hubungan yang tercipta dari harapan pencari kerja gen Z di Kota Madiun terhadap media sosial yang mereka gunakan, apakah penggunaan media sosial sebagai media informasi tersebut bisa memenuhi kebutuhan informasi mengenai lowongan pekerjaan yang mereka butuhkan dalam proses mencari karir.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Informasi Pencari Kerja Gen Z di Kota Madiun”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka didapatkan rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan di dalam penelitian ini yaitu: “Apakah penggunaan media sosial efektif sebagai media informasi lowongan pekerjaan pada pencari kerja Gen Z di Kota Madiun?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial efektif atau tidaknya sebagai media informasi lowongan pekerjaan pada pencari kerja Gen Z di Kota Madiun.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Diharapkannya hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan baru dan menambah keilmuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait dengan konsentrasi ilmu komunikasi yaitu media dan digital. Selain itu, beberapa temuan yang ada pada penelitian ini juga diharapkan dapat membantu untuk menjadi sebuah rujukan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait dengan preferensi dalam pencarian informasi sesuai dengan kebutuhan informasi pengguna media sosial. Khususnya dalam mengetahui efektivitas dalam penggunaan media sosial sebagai media informasi lowongan pekerjaan.

### **1.4.2 Aspek Praktisi**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik akun-akun media sosial terkait pemberian informasi terhadap pengguna media sosial akan pemenuhan kebutuhan informasi. Selain itu, dalam penelitian ini juga diharapkan kepada akun-akun penyedia informasi mengenai lowongan pekerjaan dapat memberikan informasi



sesuai dengan fakta, lengkap, dan jelas agar pencari kerja dapat memenuhi kebutuhan akan informasi mengenai lowongan pekerjaan dengan mudah.

### 1.5. Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode penelitian dilakukan dan direncanakan dengan tahapan-tahapan yang digambarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian**

No.	Kegiatan	2022			2023							
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1.	Mengumpulkan Informasi	■	■									
2.	Pencarian topik dan judul penelitian		■									
3.	Penyusunan proposal skripsi bab I – bab III		■	■	■	■						
4.	Pendaftaran DE ( <i>Desk Evaluation</i> )						■					
5.	Mengumpulkan dan mengolah data-data yang diperlukan						■	■				
6.	Penyusunan bab IV - bab V								■	■	■	
7.	Pendaftaran sidang											■

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian 1  
Sumber: Olahan Peneliti (2023)